

PENERAPAN STRATEGI PENGELOLAAN DIRI (*SELF-MANAGEMENT*) UNTUK MENGURANGI PERILAKU KONSUMTIF PADA SISWA KELAS X-11 SMAN 15 SURABAYA

Anike Dian Fitri

Moch. Nursalim

**Bimbingan konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya
nike.vitrie@yahoo.co.id**

The purpose of this research was to investigate the influence of the implementation of self management strategy to reduce the consumption behavior of student in class X-11 State Senior High School 15 of Surabaya. The study was a pre-experimental with one group pre-test and post-test design. The subjects of this study were five students of class X-11 State Senior High School 15 of Surabaya who have high level in consumption behavior. Methods of data collection is questionnaire consumption behavior. Type of questionnaire used was a questionnaire enclosed with 4 choice answers consisting of "always", "often", "seldom" and "never". The analysis of statistical data used was non-parametric sign test. After having conducted the analysis using the sign test, it was known that $p = 0,031$ less than the α of $5\% = 0,05$. This means that after the application of the self management strategy, students have an decreased consumption behavior. From the results of data analysis can be seen that there are differences in scores between before and after implementation of the self management strategy in class X-11 State Senior High School 15 of Surabaya to decrease consumption behavior. Therefore, it can be concluded that the application of self management strategy can be used to assist the students in reducing the consumption behavior of student.

Key words : Self Management Strategy, Consumption Behavior

Pendahuluan

Masa remaja memiliki kecenderungan untuk mengikuti *trend* dan mudah terpengaruh oleh lingkungan. Jika ia mengikuti apa yang sedang berkembang di masyarakat saat ini, kaum remaja akan memiliki rasa kepercayaan diri yang lebih tinggi karena dapat mengikuti perkembangan zaman. Erikson (dalam Monks, dkk, 2006:280) menamakan proses tersebut sebagai proses pencarian identitas.

Piaget (dalam Hurlock, 1993) mengatakan secara psikologis, masa remaja adalah usia dimana individu berintegrasi

dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak tidak lagi merasa dibawah tingkat orang-orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkatan yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah hak. Calon (dalam Monks, dkk, 2006:260) masa remaja menunjukkan dengan jelas sifat-sifat masa transisi atau peralihan karena remaja belum memperoleh status orang dewasa tetapi tidak lagi memiliki status kanak-kanak. Sehingga kaum remaja dapat dikatakan juga sebagai masa pencarian jati diri.

Remaja memang sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri karena karakteristik remaja yang masih labil, spesifik dan mudah dipengaruhi sehingga mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar. Membeli tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun membeli dilakukan karena alasan-alasan lain yaitu hanya sekedar mengikuti *trend* saat ini, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dari teman sebayanya dan sebagainya.

Remaja biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya, lebih mudah terpengaruh teman sebaya dalam hal berperilaku dan biasanya lebih mementingkan gengsinya untuk membeli barang-barang bermerk agar mereka dianggap tidak ketinggalan zaman atau mengikuti *trend* (Tambunan, 2001). Pendapat tersebut didukung oleh Munandar (2006:432), bahwa konsumen remaja sangat mudah terpengaruh rayuan penjual, mudah terbuju iklan terutama pada kerapihan kertas bungkus yang dihiasi dengan warna-warni yang menarik, tidak berpikir hemat, kurang realistis, romantis dan impulsif.

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Nielsen di lima kota besar di Indonesia yaitu Jakarta, Bandung, Surabaya, Makasar dan Medan, sekitar 11% pembelanja pada tahun 2003 mengaku tidak pernah membuat rencana belanja dan sekitar 21% pada tahun 2011. Pembelanja mengaku tidak pernah

merencanakan apa yang ingin dibelinya ketika jalan-jalan. Hal ini mengalami kenaikan yang sangat tinggi jika dibandingkan antara tahun 2003 dengan tahun 2011. Selain itu 39% pembelanja yang membuat daftar belanja mengaku selalu membeli barang-barang diluar daftar belanjanya saat berbelanja. Lebih tinggi dari tahun 2003 yang hanya 13% (Tempo, 21 Juni 2011). Pembelanja pada awalnya merencanakan membeli sesuatu, namun selalu ada barang tambahan yang dibeli diluar rencana awal. Sedangkan belanja secara *on-line* berdasarkan riset yang dilakukan oleh Nielsen pada Maret 2010, 68% dari responden mengaku pernah melakukan belanja *on-line* di masa lalu (Viva News, 14 Juli 2010). Responden mengaku pernah melakukan belanja *on-line* di masa lalu untuk belanja buku, aksesoris, baju, sepatu, peralatan elektronik, *hardware* dan *software* komputer.

Perilaku konsumtif juga nampak di SMAN 15 Surabaya khususnya di kelas X-11. Perilaku konsumtif ini termasuk permasalahan yang banyak dijumpai sekitar 14% dari 39 siswa di kelas X-11 SMAN 15 Surabaya. Hal ini didukung dengan hasil wawancara dan hasil angket pendahuluan yang dilakukan pada tanggal 15 Maret 2012. Banyak siswa di kelas ini membeli produk karena kemasannya yang menarik, sedapat mungkin membeli produk yang sedang *trend* saat ini, produk mahal dapat menjamin kepuasan bagi pemiliknya. Hal ini sesuai dengan indikator perilaku konsumtif

menurut Sumartono (dalam Hotpascaman, 2009).

Perilaku konsumtif yang dialami 5 siswa tersebut sejauh ini belum ada yang menangani baik dari guru BK maupun pihak sekolah. Perilaku konsumtif pada 5 siswa tersebut bisa berdampak negatif pada kehidupannya sampai dewasa. Dampak negatif dari perilaku konsumtif tersebut antara lain menimbulkan masalah ekonomi bagi keluarga, menjual diri, mencuri, berbohong kepada orangtua dan lain-lain. Perilaku konsumtif tersebut akan terus mengakar dalam kehidupan siswa sampai dewasa, yang berakibat siswa akan melakukan segala macam cara yang tidak sehat dalam memenuhi perilaku konsumtifnya misalnya korupsi, pola bekerja yang berlebihan, mencuri, dan lain-lain. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sriatmini (2009), 79,60% siswa di SMAN se-kota Malang menyatakan melakukan tindakan-tindakan yang negatif seperti meminjam uang, mencuri, memalak, menipu, berbohong bahkan melakukan tindakan kekerasan terhadap orang lain hanya untuk memenuhi hasrat belanjanya.

Banyaknya bisnis waralaba (*franchise*), pusat perbelanjaan (*shopping center*), toserba (toko serba ada), supermarket menimbulkan seseorang untuk berperilaku konsumtif. Kehadirannya dianggap eksklusif yang mampu membuat orang untuk konsumeristik dan sekaligus melahirkan *trend* atau gaya baru terutama bagi remaja. Banyak remaja yang masih berpakaian seragam sekolah berada di

mal karena mal bukan sekedar menjadi tempat orang berbelanja, namun sarat dengan aneka fasilitas hiburan. Bagi remaja mal sebagai sarana alternatif untuk menghabiskan waktu luangnya walaupun hanya untuk sekedar cuci mata atau nongkrong. Suguhan yang ditawarkan di mal berupa mode fashion, aneka kuliner, aksesoris dapat menggoda setiap orang yang datang terutama remaja. Remaja menghabiskan uang sakunya untuk melampiaskan keinginannya dengan membeli aksesoris, baju untuk mengikuti *trend* yang ada sekarang, saling mentraktir teman dan lain-lain.

Membanjirnya barang-barang dipasaran mempengaruhi sikap seseorang terhadap pembelian dan pemakaian barang. Seringkali juga dipengaruhi oleh sugesti dari iklan. Pembelian suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan (*need*), melainkan karena keinginan (*want*). Kondisi yang seperti inilah yang menimbulkan apa yang disebut dengan konsumen atau konsumtif. Budaya konsumtif tersebut membentuk seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif.

Kata “konsumtif” (sebagai kata sifat; ditunjukkan oleh akhiran-*if*) sering diartikan sama dengan kata konsumerisme. Kata yang terakhir ini mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Sedangkan konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Tambunan, 2001).

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli yang hanya mementingkan kepuasan saja tanpa mempertimbangkannya secara rasional (Lubis dalam Febriana, 2011). Para pembeli sudah tidak dapat berpikir secara rasional dalam membeli barang atau jasa, sehingga membeli bukan untuk memenuhi kebutuhannya tetapi demi mencapai kepuasan semata. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Sumartono (dalam Hanaf, 2012), definisi konsep perilaku konsumtif amatlah variatif, tetapi pada intinya muara dari pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok.

Dalam menangani permasalahan perilaku konsumtif pada siswa, guru BK secara langsung bertanggung jawab untuk memberikan bantuan kepada siswa dalam upaya menemukan pribadinya masing-masing, merencanakan masa depan siswa termasuk mengubah perilaku yang kurang baik pada siswa menjadi perilaku yang terpuji, membantu siswa untuk memahami dirinya, memandirikan siswa dan meningkatkan kesadaran siswa bahwa dengan berperilaku konsumtif yang berlebihan banyak dampak yang akan ditimbulkan.

Untuk mengantisipasi masalah tersebut maka perlu diberikan suatu teknik untuk membimbing siswa dalam upaya mengurangi perilaku konsumtif, salah satunya yaitu menggunakan strategi pengelolaan diri (*self-management*). Strategi pengelolaan diri merupakan strategi yang digunakan pada

masalah-masalah yang bersumber pada perilaku atau kebiasaan konseli. Demikian juga dengan perilaku konsumtif, perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang-barang secara berlebihan dan bersumber dari kebiasaan. Untuk mengatasinya konseli dituntut untuk mampu mengelola pikiran, perilaku dan perasaan dalam dirinya sendiri untuk mencapai tujuan yang diinginkannya.

Teknik tersebut dianggap paling tepat untuk membantu siswa mengurangi perilaku konsumtif dengan alasan strategi pengelolaan diri (*self-management*) tidak menimbulkan ketergantungan dan dapat digunakan untuk membantu siswa mengatur perubahan perilaku secara mandiri. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan Mahoney dan Thoresen (dalam Cormier, 1985) bahwa prosedur strategi pengelolaan diri dapat meningkatkan kemampuan individu untuk mengendalikan perilakunya. Selain itu strategi pengelolaan diri merupakan salah satu strategi konseling yang menggunakan pendekatan *behaviour* dalam pelaksanaannya.

Strategi pengelolaan diri (*self-management*) secara sederhana sebagai strategi pengubahan tingkah laku atau perilaku dengan pengaturan dan pemanfaatan yang dilakukan oleh konseli sendiri, dalam bentuk latihan *self-monitoring*, *stimulus control*, serta *self-reward*. Seperti yang telah diuraikan oleh Nursalim (2005:146), *self-management* merupakan suatu proses dimana konseli mengarahkan perubahan tingkah laku mereka sendiri dengan satu strategi

atau kombinasi strategi. Strategi pengelolaan diri (*self-management*) dalam pembagiannya terbagi menjadi tiga macam: (1) *self-monitoring* merupakan upaya memantau diri, dengan mencatat sendiri tingkah laku tertentu (pikiran, tingkah laku dan tindakan) tentang dirinya dan interaksinya dengan peristiwa lingkungan, (2) *stimulus control* merupakan rencana sebelum *antisedent* atau isyarat untuk menambah atau mengurangi tingkah laku, dan (3) *self-reward* merupakan penghargaan diri baik materiil maupun non materiil, apabila berhasil mencapai tujuan yang diinginkan. Di dalam mengarahkan perubahan tingkah laku digunakan kombinasi ketiganya.

Mengacu pada latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas maka penelitian ini akan dilakukan untuk memecahkan pertanyaan sebagai berikut: “Apakah strategi pengelolaan diri (*self-management*) dapat mengurangi perilaku konsumtif?”

Perilaku Konsumtif

Kata “konsumtif” (sebagai kata sifat; ditunjukkan oleh akhiran-*if*) sering diartikan sama dengan kata konsumerisme. Kata konsumerisme ini mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Sedangkan konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Tambunan, 2001).

Menurut Waluyo (2008:202), perilaku konsumtif adalah “perilaku atau gaya hidup yang suka membelanjakan uang tanpa pertimbangan yang matang”.

Sedangkan pendapat yang lain mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli yang hanya mementingkan kepuasan saja tanpa mempertimbangkannya secara rasional (Lubis dalam Febriana, 2011). Para pembeli sudah tidak dapat berpikir secara rasional dalam membeli barang atau jasa, sehingga membeli bukan untuk memenuhi kebutuhannya tetapi demi mencapai kepuasan semata. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Sumartono (dalam Hanaf, 2012), definisi konsep perilaku konsumtif amatlah variatif, tetapi pada intinya muara dari pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok. Pendapat tersebut juga didukung oleh Anggasari (dalam Hotpascaman, 2009), perilaku konsumtif yaitu pembelian yang berlebihan dalam membeli suatu barang sehingga barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan ikut dibeli. Mereka membeli bukan karena faktor kebutuhan (*need*) melainkan membeli karena keinginan, dan mementingkan kepuasan semata.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (dalam Febriana, 2011), memberikan batasan tentang perilaku konsumtif yaitu sebagai kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu dalam membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa pertimbangan secara rasional atau pertimbangan yang matang demi mencapai kepuasan hasrat yang maksimal.

Strategi Pengelolaan Diri (Self-Management)

Menurut Cormier & Cormier (1985:519) “*self management is a process in which clients direct their own behavior change with any one therapeutic strategy or a combination of strategies*” arti dalam bahasa Indonesia: pengelolaan diri adalah suatu proses dimana konseli mengatur sendiri perubahan tingkah laku mereka dengan satu strategi atau kombinasi strategi. Sejalan dengan pendapat Cormier, Nursalim (2005:146), mengatakan strategi pengelolaan diri (*self-management*) merupakan suatu proses dimana konseli mengarahkan perubahan tingkah laku mereka sendiri dengan satu strategi atau kombinasi strategi.

Sedangkan pendapat lain mengatakan *self-management* adalah menunjuk pada suatu teknik dalam terapi kognitif behavioral berlandaskan pada teori belajar yang dirancang untuk membantu para konseli mengontrol dan mengubah tingkah lakunya sendiri ke arah tingkah laku yang lebih efektif, sering dipadukan dengan *self-reward* (Mappiare, 2006:297).

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pengelolaan diri (*self-management*) adalah suatu proses dimana konseli mengatur perubahan perilaku mereka dengan menggunakan satu strategi atau kombinasi strategi.

Metode

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *pre-eksperimen* dengan pendekatan *one group pre test and post test design*. Eksperimen yang dilakukan ini adalah eksperimen pada satu kelompok tanpa adanya kelompok pembandingan. Sehingga dalam penelitian ini diasumsikan bahwa perbedaan antara pengukuran awal dan akhir merupakan efek dari adanya sebuah perlakuan. Pertama-tama dilakukan pencarian subyek dan pengukuran awal (*pre-test*) lalu dilaksanakan perlakuan dalam jangka waktu tertentu kemudian dilakukan pengukuran kembali (*post-test*) untuk melihat ada tidaknya peningkatan skor kemampuan siswa dalam mengelola dirinya.

Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode angket tertutup dengan 4 pilihan jawaban yang terdiri dari selalu, sering, kadang-kadang, dan tidak pernah.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis non parametrik karena menggunakan subjek penelitian yang kecil. Setelah data yang diperlukan terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan

penghitungan dengan rumus statistik dengan teknik yang disebut uji tanda.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil

Hasil penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan uji tanda atau *sign test*. Uji tanda ini digunakan untuk mengetahui perbedaan hasil pengukuran awal dan pengukuran akhir. Kondisi berlainan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah skor perilaku konsumtif pada siswa sebelum dan sesudah perlakuan yaitu pemberian strategi pengelolaan diri (*self-management*). Berikut ini hasil analisis skor angket perilaku konsumtif pada siswa dengan pengukuran *Pre-test* dan *Post-test*.

Tabel 4.3 Hasil analisis pengukuran *Pre-test* dan *Post test*

No.	Subyek	<i>Pre-test</i> (X_B)	<i>Post-test</i> (X_A)	Arah Perbedaan	Tanda
1.	Jeruk	103	92	$X_A > X_B$	-
2.	Mangga	78	70	$X_A > X_B$	-
3.	Melati	79	58	$X_A > X_B$	-
4.	Mawar	68	63	$X_A > X_B$	-
5.	Anggrek	68	56	$X_A > X_B$	-

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa yang menunjukkan tanda negatif (-) berjumlah 5 yang bertindak sebagai N

(banyaknya pasangan yang menunjukkan perbedaan) dan x (banyaknya tanda yang lebih sedikit) berjumlah 0. Dengan melihat tabel tes binominal dengan ketentuan $N = 5$ dan $x = 0$ (z), maka diperoleh p (kemungkinan harga di bawah H_0) = 0,031. Bila dalam ketetapan α (taraf kesalahan) sebesar 5% adalah 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa harga $0,031 < 0,05$, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengelolaan diri (*self-management*) dapat mengurangi perilaku konsumtif pada siswa kelas X-11 SMAN 15 Surabaya.

Berdasarkan analisis di atas, maka dapat dikatakan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yang berbunyi “strategi pengelolaan diri (*self-management*) dapat membantu mengurangi perilaku konsumtif pada siswa kelas X-11 SMAN 15 Surabaya”, dapat diterima. Dengan demikian strategi pengelolaan diri (*self-management*) dapat mengurangi perilaku konsumtif pada siswa kelas X-11 SMAN 15 Surabaya.

Berikut ini akan dijelaskan mengenai hasil analisis individual.

a. Jeruk

Jeruk memiliki skor *pre-test* sebesar 103 sedangkan *post-test* sebesar 92. Hal ini menunjukkan bahwa Jeruk mengalami penurunan skor dari hasil *pre-test* ke *post-test* sebesar 11. Sebelum diberikan perlakuan, Jeruk termasuk salah satu subyek yang memiliki perilaku konsumtif tinggi, terlihat dari hasil *pre-test* yang memiliki skor

tertinggi dari teman-temannya. Jeruk lebih suka membeli barang dengan merek ternama, barang yang sedang *trend* saat ini, memakai barang yang terlihat lebih menarik di depan orang lain. Setelah diberikan perlakuan, perilaku konsumtif Jeruk mulai menurun, Jeruk mampu mengontrol perilaku konsumtifnya ketika jalan-jalan dengan temannya, membeli barang yang dibutuhkan. Sehingga perilaku konsumtif Jeruk mengalami penurunan setelah diberikan strategi pengelolaan diri (*self-management*).

b. Mangga

Mangga memiliki skor *pre-test* sebesar 78 sedangkan *post-test* sebesar 70. Hal ini menunjukkan bahwa Mangga mengalami penurunan skor dari hasil *Pre-test* ke *Post-test* sebesar 8. Sebelum diberikan perlakuan, Mangga senang menggunakan aksesoris yang mahal, membeli *handphone* yang sedang *trend* saat ini, membeli baju dengan harga mahal. Setelah diberikan perlakuan, Mangga mampu mengontrol perilaku konsumtifnya yaitu membeli baju yang harganya tidak harus mahal namun cocok dengan keinginan. Sehingga perilaku konsumtif Mangga mengalami penurunan setelah diberikan strategi pengelolaan diri (*self-management*).

c. Melati

Melati memiliki skor *pre-test* sebesar 79 sedangkan *post-test* sebesar 58. Hal ini menunjukkan bahwa Melati mengalami penurunan skor dari hasil *Pre-test* ke *Post-*

test sebesar 21. Sebelum diberikan perlakuan, Melati suka membeli baju yang sedang *trend* saat ini dan memiliki bentuk yang lucu atau melati senang mengikuti *trend*. Setelah diberikan perlakuan, Melati mampu mengontrol perilaku konsumtifnya yaitu membeli baju sesuai dengan kebutuhan tidak harus membeli baju yang sedang *trend* saat ini. Sehingga perilaku konsumtif Melati mengalami penurunan setelah diberikan strategi pengelolaan diri (*self-management*).

d. Mawar

Mawar memiliki skor *pre-test* sebesar 68 sedangkan *post-test* sebesar 63. Hal ini menunjukkan bahwa Mawar mengalami penurunan skor dari hasil *Pre-test* ke *Post-test* sebesar 5. Sebelum diberikan perlakuan, Mawar suka membeli baju yang sedang *trend* saat ini atau senang mengikuti *trend*. Setelah diberikan perlakuan, Mawar membeli barang yang lebih dibutuhkannya bukan sekedar mengikuti *trend* yang ada. Sehingga perilaku konsumtif Mawar mengalami penurunan setelah diberikan strategi pengelolaan diri (*self-management*).

e. Anggrek

Anggrek memiliki skor *pre-test* sebesar 68 sedangkan *post-test* sebesar 56. Hal ini menunjukkan bahwa Anggrek mengalami penurunan skor dari hasil *Pre-test* ke *Post-test* sebesar 12. Sebelum diberikan perlakuan, Anggrek suka membeli barang yang dapat menarik perhatian orang lain atau membeli barang yang dapat menjaga

penampilan, lebih memilih barang yang mahal jika terdapat dua barang yang sama misalnya apabila terdapat dua aksesoris yang sama, Anggrek akan memilih aksesoris yang mahal dibandingkan yang murah. Setelah diberikan perlakuan, Anggrek bisa membeli aksesoris yang tidak harus mahal apabila dihadapkan dengan dua aksesoris yang sama. Sehingga perilaku konsumtif Anggrek mengalami penurunan setelah diberikan strategi pengelolaan diri (*self-management*).

Pembahasan

Dari tabel 4.3 menunjukkan arah perubahan yang negatif dikarenakan ada penurunan skor dari *Pre-test* (X_B) ke *Post-test* (X_A). Hal ini menunjukkan $p = 0,031$ lebih kecil α sebesar $5\% = 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, yang berarti strategi pengelolaan diri (*self-management*) dapat mengurangi perilaku konsumtif pada siswa kelas X-11 SMAN 15 Surabaya.

Dengan diberikannya strategi pengelolaan diri (*self-management*), manfaat yang dirasakan sangat besar dalam mengurangi perilaku konsumtif pada siswa. Siswa yang memiliki perilaku konsumtif tinggi yaitu membeli produk karena kemasannya yang menarik, sedapat mungkin membeli produk yang sedang *trend* saat ini, produk mahal dapat menjamin kepuasan bagi pemiliknya, membeli produk karena simbol status bukan karena kebutuhan, setelah diberikan strategi

pengelolaan diri (*self-management*) siswa tersebut dapat mengurangi perilaku konsumtifnya.

Setelah mendapat perlakuan strategi pengelolaan diri (*self-management*), penurunan skor perilaku konsumtif yang menjadi subyek penelitian berbeda-beda. Hal ini terjadi karena setiap individu memiliki perilaku konsumtif yang berbeda-beda.

Perubahan skor yang dialami oleh setiap siswa setelah diberikan perlakuan strategi pengelolaan diri (*self-managemnet*) cenderung mengalami penurunan. Dari hasil skor *pre-test* dan *post-test* diketahui subyek Melati yang mengalami penurunan skor paling banyak yaitu 21, sedangkan subyek Mawar yang mengalami penurunan skor paling sedikit yaitu 5.

Dari hasil analisis individual tentang strategi pengelolaan diri (*self-management*), semua subyek telah mempraktekkan strategi pengelolaan diri (*self-management*). Subyek mampu memanfaatkan strategi pengelolaan diri (*self-management*) sehingga dapat mengurangi perilaku konsumtifnya.

Menurut Cormier & Cormier (1985:519), strategi pengelolaan diri adalah suatu proses dimana konseli mengatur sendiri perubahan tingkah laku mereka dengan satu strategi atau kombinasi strategi. Dalam kesempatan untuk melakukan konseling individu ini, individu akan dapat mengurangi perilaku konsumtif melalui pemantauan diri atau memonitor diri sendiri dan pemberian hadiah sebagai penguat. Hal ini didukung

dengan tujuan strategi pengelolaan diri menurut Cormier (1985:520), (1) memberikan konseli catatan kejadian dan menggambarkan penggunaan enam komponen dari komponen monitor diri untuk konseli sendiri, (2) memberikan konseli catatan kejadian, menggambarkan cara penggunaan metode pengawasan untuk mengurangi atau menambah standar tingkah laku, (3) memberikan konseli catatan kejadian, menggambarkan penggunaan empat komponen untuk memberikan penguatan pada konseli.

Dengan demikian menunjukkan bahwa strategi pengelolaan diri (*self-management*) dapat membantu mengurangi perilaku konsumtif. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif penggunaan strategi pengelolaan diri (*self-management*) dalam membantu mengurangi perilaku konsumtif pada siswa kelas X-11 SMAN 15 Surabaya.

Simpulan Dan Saran

Simpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan uji tanda diperoleh hasil sebagai berikut : $N = 5$ dan $x = 0$, maka diperoleh $\rho = 0,031$ dengan taraf kesalahan $\alpha = 5\%$ adalah $0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa harga $0,031 < 0,05$ ($\rho < \alpha$). Hal ini berarti ada perbedaan yang signifikan pada skor perilaku konsumtif antara sebelum dan sesudah penerapan strategi pengelolaan diri (*self-management*).

Dalam penelitian ini terdapat 5 subyek yaitu Jeruk, Mangga, Melati, Mawar dan Anggrek. Hasil analisis individual berdasarkan hasil *post-test* diketahui bahwa semua subyek penelitian mengalami penurunan skor perilaku konsumtif. Jeruk mengalami penurunan skor dari *pre-test* 103 menjadi 92. Mangga mengalami penurunan skor dari *pre-test* 78 menjadi 70. Melati mengalami penurunan skor dari *pre-test* 79 menjadi 58. Mawar mengalami penurunan skor dari *pre-test* 68 menjadi 63. Anggrek mengalami penurunan skor dari *pre-test* 68 menjadi 56.

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yang berbunyi “strategi pengelolaan diri (*self-management*) dapat membantu mengurangi perilaku konsumtif pada siswa kelas X-11 SMAN 15 Surabaya”, dapat diterima. Dengan demikian strategi pengelolaan diri (*self-management*) dapat mengurangi perilaku konsumtif pada siswa kelas X-11 SMAN 15 Surabaya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, ada beberapa saran yang bisa dipertimbangkan antara lain :

1. Bagi Konselor Sekolah

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan pemberian strategi oleh konselor sekolah untuk

meningkatkan pelayanan BK dengan memberikan perlakuan yang terbaik bagi siswa yang memiliki perilaku konsumtif tinggi, agar siswa mampu mengurangi perilaku konsumtifnya..

2. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan format konseling individu yang memiliki keterbatasan yaitu pada pemberian perlakuan strategi pengelolaan diri (*self-management*) yang dilakukan sebanyak 5 kali pertemuan dengan jumlah subyek penelitian sebanyak 5 orang. Akan tetapi secara umum penelitian ini dapat menjadi acuan dan dapat dikembangkan lagi oleh peneliti lain yang ingin meneliti penggunaan strategi pengelolaan diri (*self-management*) terhadap siswa yang memiliki perilaku konsumtif yang tinggi secara kelompok, menambah subjek atau menggunakan kombinasi strategi antara strategi pengelolaan diri dengan strategi yang lainnya.

DAFTAR ACUAN

Cormier, W. H. & Cormier, L. S. (1985). *Interviewing Strategies for Helpers*. Monterey, California: Brooks/Cole publishing.

Febriana, Ismi (2011). *Psikologi Konsumtif*. <http://mhikkyu.blogspot.com/2011/10/psikologi-konsumtif.html>. [25 Desember 2011].

Hanaf, Afdhol Abdul. dkk. (2012). *Perilaku Konsumerisme Pada Remaja*. <http://afdholhanaf.blogspot.com/2012/01/v-behaviorurl defaultvmlo.html> [20 Januari 2012].

Hotpascaman. (2009). *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Dengan Konformitas Pada Remaja*. Medan: Universitas Sumatera Utara. repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/14510/1/10E00397.pdf. [25 Desember 2011].

Hurlock, E.B. (1993). *Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Penterjemah: Istiwardyanti dan soedjarwo. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Mappiare, Andi. (2006). *Kamus Istilah Konseling dan Terapi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Monks, F. J. dkk. (2006). *Psikologi Perkembangan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Munandar, Ashar S. (2006). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI Press).

Nursalim, Mochamad. dkk. (2005). *Strategi Konseling*. Surabaya: Unesa University Press.

Sriatmini, Lilik. (2009). *Perilaku Konsumtif Remaja di SMAN Se-Kota Malang Serta Implikasi Bimbingan dan Konselingnya*. Skripsi tidak diterbitkan. Malang: BK FIP Universitas Negeri Malang.

Tambunan, R. (2001). *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. <http://www.e-psikologi.com/remaja/191101.htm>. [10 Desember 2011].

Waluyo, dkk. (2008). *Ilmu Pengetahuan Sosial Untuk SMP/MTs Kelas VII (BSE)*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.

Tempo, edisi Selasa 21 Juni 2011. *Pembelanja Indonesia Makin Impulsif*.

Viva News, edisi Rabu 14 Juli 2010. *Budaya Belanja Online mulai tumbuh*.